

Т. Ю. Скородумова

студентка группы 27Л1317

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

**ЛОКАЛИЗАЦИЯ САЙТА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
НА ПРИМЕРЕ САЙТА КАФЕДРЫ
НЕМЕЦКОЙ ФИЛОЛОГИИ**

Ключевые слова: локализация, интернационализация, иноязычная версия сайта.

Практически каждая компания имеет свой корпоративный веб-сайт, который является инструментом привлечения новых клиентов и увеличения доходов компании. В настоящее время многие компании, выходя на международный рынок или сотрудничая с одной из зарубежных стран, нуждаются в создании иноязычной версии сайта, которая поможет поддерживать связь с иностранными клиентами и партнерами.

Необходимость создания иноязычной версии корпоративного сайта определяют несколько основных факторов:

- продвижение фирмы на международном рынке труда;
- осуществление международных проектов;
- расширение клиентской базы в зарубежных странах;
- расширение рынка услуг на международной арене.

Иноязычная версия сайта должна учитывать все культурные особенности целевой группы, чтобы расположить к себе иностранных клиентов и партнеров.

Сайты образовательных учреждений, в частности, сайты университетов, на сегодняшний день активно посещаются иностранцами, так как получить образование в любом университете могут не только жители города, в котором находится университет, но и жители других городов страны, а также граждане зарубежных стран. Это и делает перевод сайта образовательного учреждения актуальным.

Иноязычные версии сайтов призваны помочь абитуриенту найти самую важную информацию, необходимые перечни документов, присмотреться к имиджу университета, найти контакты для связи. Кроме того, это огромный шаг вперед для учебного заведения, потому что теперь каждый университет способен дистанционно поддерживать связь со всеми абитуриентами, студентами и теми, кто заинтересован в сотрудничестве с университетом.

Естественно, что самые востребованные университеты, осуществляющие прием иностранных студентов, имеют версии сайта на иностранных языках. Чаще всего это английский язык, считающийся международным, а также языки тех стран, откуда в университет поступает наибольшее количество студентов.

Проблемой создания иноязычной версии сайтов занимаются Р. Овчинников [5], С. Сухов [5], Е. Д. Полетаева [6], А. П. Загуменов [1] и другие. Они описывают процесс создания иноязычной версии сайта и особенности перевода контента сайта.

Анализ специальной литературы по переводу веб-сайтов показал, что существует два основных способа создания иноязычных сайтов:

1. Создание полноценной иноязычной версии, когда переводятся все разделы, навигационные элементы, контент, баннеры и т. д. Такой перевод занимает очень много времени из-за большого объема контента.

2. Перевод отдельных страниц или разделов без изменения стилового решения системы, системы навигации и т. д. Такой выборочный перевод производится в том случае, если для иностранного посетителя сайта актуальна не вся информация, размещенная на сайте. При разработке сайта на иностранном языке необходимо:
 - учесть языковые и культурные особенности страны, для которой создается сайт;
 - использовать традиционные для этой страны правила юзабилити;
 - адаптировать кнопки, навигацию, графические элементы;
 - продумать поведенческие сценарии иноязычного пользователя;
 - адаптировать структуру сайта.

К созданию иноязычной версии сайта со стороны программирования относятся такие понятия, как интернационализация, локализация и верстка сайта.

Верстка веб-страниц — создание структуры html-кода, размещающего элементы и веб-страницы (изображения, текст и т. д.) в окне браузера согласно разработанному макету таким образом, чтобы элементы дизайна выглядели аналогично макету.

Процесс этот сложен и имеет творческий характер, ни один из способов не является каноничным. Все подходы к верстке имеют как преимущества, так и недостатки [4].

Под интернационализацией традиционно понимают «технологические приемы разработки, упрощающие адаптацию продукта (такого, как программное или аппаратное обеспечение) к языковым и культурным особенностям региона (регионов), отличного от того, в котором разрабатывался продукт» [2]. Как правило, интернационализация сайта производится при переводе на английский язык, поскольку английский — язык интернационального общения [8].

Локализация — это перевод и культурная адаптация продукта к особенностям определенной страны, региона или группы населения. Причем под «продуктом» понимается любой товар или услуга. Локализация представляет собой вторую фазу в рамках общего процесса интернационализации и локализации. Она предусматривает также всестороннее изучение целевой культуры, необходимое для правильной адаптации продукта к потребностям отдельных рынков.

Есть важное различие между интернационализацией и локализацией. Интернационализация — это создание универсального варианта

дизайна, который будет адекватно воспринят во всем мире [5, с. 183]. Интернационализация производится на начальных этапах разработки, в то время как локализация является следующим этапом, требуемым для каждого целевого языка. Поэтому в случае создания иноязычной версии сайта, нацеленной на язык потенциальных клиентов и сотрудников, имеет смысл говорить лишь о локализации.

Переводчик, как правило, не касается программирования сайта, но обязан дать нужные рекомендации для локализации сайта, потому что именно переводчик является связным между «родительским» сайтом и его иноязычным вариантом.

В результате анализа сайтов некоторых переводческих компаний, предлагающих создание иноязычных версий сайтов, сложились этапы локализации сайта:

1. Сбор и сортировка подлежащих переводу материалов.
2. Создание и согласование словаря перевода, подготовка инструкций и технического задания.
3. Извлечение текста из служебных форматов, изображений.
4. Письменный перевод текста, в том числе интерфейса.
5. Создание невидимых посетителям сайта метатегов, нужных для полноценной работы ресурса.
6. Внедрение переведенного текста в служебные форматы.
7. Внедрение локализованных материалов в структуру сайта, форматирование.
8. Согласование текстов справочных систем.
9. Создание в текстах перекрестных ссылок с опорой на оригинал.
10. Функциональное и лингвистическое тестирование локализованного сайта [3].

Практическая часть настоящего исследования ориентирована на сайт кафедры немецкой филологии и его перевод на немецкий язык, то есть локализация производилась для немецкоязычных посетителей сайта. Поэтому для сравнительного анализа были выбраны сайты нескольких высших учебных заведений Германии, которые входят в группу референтных университетов для Тюменского государственного университета и сотрудничают с ним: Фрайбургский университет (Albert-Ludwigs-Universität Freiburg), Оснабрюкский университет (Hochschule Osnabrück), Университет Люнебурга Leuphana (Leuphana Universität Lüneburg).

При переводе контента и локализации сайта кафедры немецкой филологии внимание было уделено нескольким пунктам:

1. *Поиск эквивалентов слов и сочетаний слов на немецких сайтах*

Путем поиска эквивалентов слов и словосочетаний на сайтах немецких вузов при переводе было исключено использование типичных русицизмов, которые могут исказить восприятие переведенного словосочетания или в корне не соответствовать немецким реалиям. К примеру, слово «преподаватель» было переведено на немецкий язык как “Dozent”. Вариант перевода “Lehrer” является неточным, так как в Германии обозначает скорее учителя в школе.

Название раздела «Контакты» на сайте кафедры немецкой филологии было переведено эквивалентом, который используется на немецкоязычных сайтах вузов, — “Kontakt”. В немецком языке, в отличие от русского, данное слово для обозначения контактов используется в единственном числе. Это можно считать культурной особенностью Германии, которую нужно учитывать при локализации сайта. Одним из подобных примеров является использование слова “Nebenfach” вместо “zweite Fremdsprache” в значении «второй иностранный язык». Данный выбор эквивалента обусловлен контекстом «немецкий как второй иностранный язык», так как слово “Nebenfach” более привычное для носителей немецкого языка при употреблении в данном контексте, а значит, соответствует цели перевода.

Интересный случай перевода представляет собой перевод словосочетания «Эмиховские чтения», обозначающего реалию, — ежегодную конференцию, посвященную памяти Фридриха Карловича Эмиха, основателя кафедры немецкой филологии. Данная реалия была переведена как “Friedrich Emig’s Tagung” в соответствии с форматом проведения мероприятия, при этом использованы переводческие приемы альтернативной подстановки и транслитерации. В данном случае важно правильно передать денотативное значение данного словосочетания.

Одно из нестандартных переводческих решений было принято при переводе словосочетаний, которые могут быть переведены по-разному в зависимости от гендерных различий, так как данная тенденция характерна для Германии. К примеру, словосочетание «будущий специалист» было переведено на немецкий “zukünftiger Fachmann / zukünftige Fachfrau”. Также данная тенденция прослеживается в подобного рода словосочетаниях, обозначающих группу

людей, поэтому словосочетание «викторина для школьников» переведено на немецкий язык как “Quiz für die SchülerInnen”. В данном случае используется прием простой подстановки.

2. Влияние корпоративной культуры

Сайты высших учебных заведений, референтных для ТюмГУ, являются также доступным ориентиром в оформлении разделов кафедрального сайта и усовершенствовании содержания контента сайта. К примеру, на сайте Университета Лüneбурга Leuphana каждый преподаватель в составе кафедры имеет контактные данные, среди которых указан корпоративный электронный адрес (рис. 1, справа). На сайте кафедры немецкой филологии указаны личные электронные адреса, что не соответствует нормам корпоративной культуры (рис. 1, слева).

Образцова Мария Ивановна

доцент, кандидат филологических наук

Сфера научных интересов:

Когнитивная лингвистика

Этнолингвистика

e-mail: obraszova_maria@newmail.ru

SPRACHWISSENSCHAFT



Prof. Dr. Martina Mustermann

Scharnhorststr. 1, C5.134

21335 Lüneburg

Fon +49.4131.677-2662

Fax +49.4131.677-2666

mustermann.m@leuphana.de »

Рис. 1

Одной из особенностей, изученных в ходе сравнительного анализа структуры сайтов высших учебных заведений Германии, является отдельный раздел, включающий список опубликованных научных работ всех преподавателей, который позволяет познакомиться с научной деятельностью каждого преподавателя.

На кафедральном сайте подобные списки имеют лишь несколько преподавателей. Добавление списков опубликованных научных работ в раздел информации о каждом преподавателе позволит создать положительное впечатление о преподавателях и даст информацию о сферах научной деятельности, в которых они задействованы.

Данные особенности, выявленные в ходе анализа сайтов высших учебных заведений Германии, помогут в локализации сайта кафедры немецкой филологии, а также в укреплении имиджа кафедры в глазах немецкоязычных посетителей сайта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Загуменов А. П. Как раскрутить и разрекламировать Web-сайт в сети Интернет. М.: ДМК, 2005. 660 с.
2. Интернационализация. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 17.11.2016).
3. Локализация сайта и перевод текстов, создание иноязычной версии сайта: веб-мастерская VivaStudio.ru, 2016. URL: <http://vivastudio.ru> (дата обращения: 12.11.2016).
4. Мержевич О. В. Основы верстки. URL: <http://htmlbook.ru> (дата обращения: 17.11.2016).
5. Овчинников Р., Сухов С. Корпоративный веб-сайт на 100 %: требуйте от сайта большего! СПб.: Питер, 2009. 319 с.
6. Полетаева Е. Д. Трудности перевода интернет-сайтов (на материале перевода официального сайта лесного попечительского совета — www.fsc.org): материалы для будущих переводчиков, изучающих английский язык, 2016. URL: <http://wikienglish.ru> (дата обращения: 11.11.2016).
7. Скородумова Т. Ю. Подготовительный этап переводческого проекта // Множественность интерпретаций: язык и литература в 21 веке: материалы IV студенческой науч.-практ. конф. ТюмГУ. Тюмень: Вектор Бук, 2015. С. 175-179
8. SEO перевод сайтов, локализация сайта: курсы иностранных языков. Бюро переводов и лингвистического сопровождения LingwinTechinput — комплексное лингвистическое сопровождение глобальных отраслевых проектов, 2016. URL: <http://lingwin.ru> (дата обращения: 15.11.2016).